

VAI TRÒ CỦA HỢP TÁC XÃ TRONG CHƯƠNG TRÌNH “MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM”: KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

**Role of cooperatives in One Commune One Product program:
experiences of selected countries and lessons for Vietnam**

MA NGỌC NGÀ

Trong quá trình phát triển kinh tế nông thôn và đẩy mạnh chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP), hợp tác xã được coi là một chủ thể có nhiều đóng góp quan trọng. Ở khu vực Châu Á đã có một số quốc gia rất thành công trong việc phát huy vai trò của hợp tác xã đóng góp lớn vào thành công của chương trình, như Nhật Bản với OVOP, Thái Lan với OTOP và Hàn Quốc với OVOB. Việt Nam có thể học hỏi những kinh nghiệm quý báu từ các quốc gia đi đầu trong lĩnh vực này. Thông qua việc tham khảo, tổng hợp các tài liệu sẵn có, với phương pháp nghiên cứu định tính, bài viết phân tích, tìm ra các bài học kinh nghiệm của một số quốc gia trong việc phát huy vai trò của hợp tác xã đối với chương trình OCOP để từ đó có thể chọn lọc được những bài học hữu ích, phù hợp áp dụng cho Việt Nam.

Từ khóa: nông nghiệp, nông thôn, chính phủ, nguồn lực địa phương, marketing.

In developing the rural economy and promoting the One Commune One Product program (OCOP), cooperatives have many vital contributions. Some countries have been very successful in promoting the role of cooperatives, contributing significantly to the success of the OCOP program in Asia, such as Japan, Thailand, and the Republic of Korea. Vietnam can learn valuable experiences from leading countries in this program. By referencing and synthesizing available documents with qualitative research methods, the following article aims to analyze and find lessons learned from some countries in promoting the role of cooperatives for the OCOP program so that valuable and suitable lessons can be selected and applied to Vietnam.

Keywords: agriculture, rural area, government, local resources, marketing.

1. Giới thiệu

Phong trào “mỗi xã một sản phẩm” được hình thành đầu tiên tại Nhật Bản từ năm 1979, nhằm phát triển các làng nghề theo hướng chuyên nghiệp, khuyến khích mỗi làng lựa chọn một sản phẩm đặc thù và phát triển sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc gia, dần vươn đến tiêu chuẩn quốc tế. Chương trình cũng nhằm tận dụng các

nguồn lực địa phương, phát huy sức mạnh cộng đồng và bảo tồn các làng nghề truyền thống. Trải qua hơn 40 năm, từ sự thành công của Nhật Bản, đến năm 2023 đã có tổng số 143 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới triển khai chương trình này, trong đó có Việt Nam.

Ma Ngọc Ngà, TS., Viện Kinh tế Việt Nam.